nieuws

Omzet voedingssector houdt stand in eerste jaarhelft

nieuws

De handelaars in ons land voelen de economische groeivertraging aan den lijve. Dat blijkt uit de halfjaarlijkse conjunctuurenquête van Fedis, de federatie van de distributiesector. In de voedingssector bleef de omzet wel nagenoeg stabiel tegenover het tweede semester vorig jaar. Fedis merkt sinds enkele jaren dat de klant meer en meer kiest voor winkels in de buurt en voor hard discount, genre Aldi en Lidl. Ook de distributiemerken van de winkelketens winnen sterk aan populariteit.

25 SEPTEMBER 2008 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:05

De distributiesector voelt de economische groeivertraging aan den lijve. De verkopen in de eerste helft van dit jaar vielen tegen en ook de rendabiliteit staat onder druk, als gevolg van de hogere aankoopprijzen en energiekosten. Dat blijkt uit de halfjaarlijkse conjunctuurenquête van Fedis, de federatie van de distributiesector.

Voor alle sectoren samen geeft bijna de helft (48 pct) van de handelaars toe dat hun rendabiliteit in de eerste zes maanden is gedaald. Slechts 13 procent zag zijn rendabiliteit verbeteren. In dezelfde periode vorig jaar was de situatie nog omgekeerd: toen sprak één handelaar op drie van een rendabiliteitsverbetering, tegen 11 pct van een rendabiliteitsdaling.

Het zwaarst getroffen, aldus Fedis, zijn de elektrozaken, die omwille van de hevige concurrentie een zware druk op hun prijzen kennen. De omzet daalde vooral in de video- (-5,8 pct bij constante prijzen, dus zonder inflatie) en audiosector (-4,1 pct). Ook in de doe-het-zelfwinkels vertraagde de omzet (-0,95 pct) in de eerste jaarhelft. Daartegenover steeg de omzet van kleding (+1,3 pct bij constante prijzen), schoenen (+3,7 pct) en elektro (+3,4 pct). Opmerkelijkste stijging was er bij de videospelen, waar de omzet met 16,3 pct steeg bij constante prijzen.

"We merken een vertraging, maar volgens mij kunnen we niet van een crisis spreken", vatte de gedelegeerd bestuurder van Fedis, Dominique Michel, de toestand in de distributiesector samen. Voor wat de voedingswinkels betreft, bleef de omzet (zonder

inflatie) nagenoeg dezelfde als in de tweede helft van vorig jaar. Maar dit valt tegen als men vergelijkt met de jaren voordien, toen de omzet van voeding stevig groeide. Fedis merkt sinds enkele jaren dat de klant meer en meer kiest voor winkels in de buurt en voor hard discount, genre Aldi en Lidl. Ook de distributiemerken van de winkelketens winnen sterk aan populariteit. De huismerken waren goed voor een marktaandeel van 31 procent in 2007.
Na een zwakke eerste jaarhelft, blijven ook de perspectieven voor het tweede semester somber. Maar liefst 45 procent van de handelaars verwacht dat zijn rendabiliteit nog verder zal dalen. Het pessimisme is het grootst in de kledingsector en bij de elektrozaken. Dit vertaalt zich ook in de geplande investeringen.
De werkgelegenheid in de handel ten slotte blijft stabiel. Fedis verwacht geen zware ingrepen in het personeelsbestand de volgende maanden. "Men blijft aanwerven, maar aan een trager tempo dan de vorige jaren", aldus Michel.(KS)

Bron: Belga

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |